



# УКРАЇНСЬКА ОРІЄНТАЛІСТИКА



# ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНА ПЕРІОДИКА КНР: ШЛЯХ ДОВЖИНОЮ У ПОНАД ПІВСТОЛІТТЯ (КОРОТКИЙ НАРИС З ІСТОРІЇ)<sup>1</sup>

І. В. СРІБНЯК

Київський університет імені Бориса Грінченка

*У статті подано стислий огляд з історії розвитку газетно-журнальної періодики КНР за період з 1949 р. і до початку XXI ст. Показано головні напрямки розвитку тематики друкованих видань; приділено увагу найвпливовішим з них, зокрема – газеті «Женьмінъ жибао», інформаційній агенції «Сінхуа». Зроблено акцент на проблемах демократизації преси, доступності та сприйняття її всіма верствами населення багатонаціонального Китаю.*

**Ключові слова:** преса; газета; журнал; періодичні видання; газетно-видавничі корпорації; журналістика, Комуністична партія, Китай.

Після проголошення КНР в країні щороку збільшувалася кількість газет і журналів (у 1949 р. – 253 газети загальним накладом 2,450 млн. примірників, за десять років – вже 1884 назв центральних, провінціальних, окружних і повітових газет, а також 818 журналів). Серед них були не лише вже відомі партійні, профспілкові, комсомольські видання, а й спеціалізовані – шанхайська економічна газета «Дагун бао» («Незалежна»), журнали «Шіцзен жіші» («Міжнародний огляд»), «Сінъ Чжунго» («Жінка Нового Китаю»), значна кількість галузевих видань (для залізничників, шахтарів, будівельників, зв'язківців, лікарів та ін.). КПК намагалась залучити до соціалістичного будівництва й представників 40 різних народностей (загалом близько 35 млн. чол.). З цією метою за одне десятиліття (1949-1959 рр.) було організовано видання 22 газет і 33 журналів монгольською, уйгурською, казахською, корейською та іншими мовами.

<sup>1</sup> Фрагмент лекції з першого авторського підручника з історії журналістики (Срібняк І. Історія журналістики країн світу (XVII-XX ст.): Підручник для студентів вищих навчальних закладів / МОН України; Держ. установа «Ін-т всесвітньої історії НАН України»; Київ. ун-т ім. Б.Грінченка. – К.: Київ. ун-т ім. Б.Грінченка, 2013. – 264 с.

Найбільшою та найвпливовішою китайською політичною газетою другої половини ХХ ст. була вже згадувана «Женьмінь жибао», яка головним своїм завданням у цей час вбачала мобілізацію китайського народу на відновлення народного господарства, зруйнованого під час воєнних дій з японськими військами й армією Гоміндану, а також проведення аграрної реформи та боротьбу з рештками загонів нанкінського уряду. Крім того, у 1951 р. газета ініціювала обговорення фільму «Життя У Сюня<sup>1</sup>», який отримав схвальні рецензії, бо благодійницька діяльність героя справді заслуговувала на позитивну оцінку. У 1953 р. газета розгорнула кампанію за виконання виробничих завдань першого п'ятирічного плану, наголошуючи на першочерговому розвитку важкої індустрії. Тому в усіх номерах газети у 1950-х рр. обговорюється тема своєчасного виконання й перевиконання виробничих планів, розгортання соціалістичного змагання, економії ресурсів.

Закликаючи до здійснення культурної революції та ліквідації неграмотності, редакція поміщала значну кількість матеріалів про здобутки національної системи освіти. Після відповідних партійних рішень про реформу китайської писемності газету одну з перших було переведено на набір тексту в горизонтальний рядок. Якщо раніше газету гортали зліва направо, а текст читали справа наліво і зверху вниз по вертикалі, то з 1 січня 1956 р. зовнішній вигляд полоси китайської газети набув «європейського» формату, коли рядки йдуть горизонтально і читаються зліва направо. У публікаціях «Женьмінь жибао» (так само, як і інших газет) почали використовуватися сотні ієрогліфів скороченого написання.

Навесні 1957 р. газета опублікувала низку статей (серед них: «Серйозне вивчення питання про правильне використання суперечностей всередині народу», «Чому ми повинні в намаганнях за впорядкування стилю застосовувати метод «помірного вітру і невеликого дощу» та ін.), якими закликала розгорнути

---

1 У Сюнь – реальна історична постать ХІХ ст., селянин, який розбагатів і став поміщиком-лихварем, після чого переосмислив своє життя і став витрачати кошти на створення початкових шкіл для неписьменних. У цих школах учнів не тільки вчили грамоті, а викладали ази конфуціанської доктрини. За свою діяльність У Сюнь був відзначений імператором Китаю – *авт.*

в партії критику і самокритику. Вже восени того ж року цей заклик адресувався всім китайцям, набувши при цьому особливих рис. Його квінтесенцією стали так звані «дацзибао», буквально – «газета великих ієрогліфів», а фактично – статті на великому аркуші паперу, яких для зручності прочитання писали великими ієрогліфами та вивішували в людних місцях. Дацзибао могли бути написані будь-ким (робітником, селянином, партійцем). Вони не мали чітко визначеної форми; це могли бути прозові твори, вірші, карикатури або навіть п'єси.

Слід відзначити, що досить часто дацзибао містили й слушні пропозиції (зокрема й раціоналізаторські), у такий спосіб використовувались окремі прояви бюрократизму; часто зручні за формою, жваві за змістом, вони привертали увагу людей та користувалися великою популярністю. Кількість дацзибао не піддається навіть приблизному підрахунку, лише в Шанхаї, де тоді проживало 6 млн чол., під час тільки однієї кампанії (з боротьби проти «консерватизму і марнотратства») було вивішено 60 млн дацзибао.

З дацзибао могла звернутись навіть дружина до свого чоловіка, як зокрема вчинила селянка Ху Цземін. Апелюючи до свого чоловіка, вона писала: «Чжао, у тебе відстала психологія. Коли ти працював на будівництві дамби, ти не знав ніяких «Правил» [йдеться про конфуціянські Правила етики], а повернувшись з будови, заходився копати корені лотоса. Зауважень на свою адресу ти не визнаєш, хитрий ти і зарозумілий». Наступного дня у клубі з'явилась дацзибао у відповідь ображеного Чжао: «Взимку минулого і весною цього року я їздив на будівництво дамби. Ти сама мала купу планів. Цього року ти стала ланковою, зазналася і стала ображати мене. Коли закінчилося будівництво дамби і я повернувся додому, то вирішив відпочити кілька днів. Що ж у цьому поганого?».

Чжао писав про свою стурбованість діями дружини та мав необережність запросити інших висловити свою думку (очевидно, сподіваючись почути хоча б співчуття з боку чоловіків). Після цього в обговоренні фактичного сімейного конфлікту взяли участь всі члени місцевого кооперативу, які заставували позицію Чжао, і вже через кілька днів чоловіку довелося виступити з ще однією дацзибао, в якій він цілковито визнав свою «провину».

Того ж року газета розпочала ще одну пропагандистську кампанію, цього разу закликавши до «посилення зв'язків партії з широкими народними масами». Одним зі шляхів цього було залучення керівних партійних та адміністративних працівників до фізичної праці разом із робітниками і селянами. На думку газети, такий захід дав би змогу подолати «суперечності всередині народу», зменшити «бюрократизм, сектантство і суб'єктивізм». Китайські журналісти підтримали цей почин та заходилися активно використовувати «метод трудового загартування» у своїй професійній діяльності. За словами редактора провінційної газети «Хубей жибао» Ту Ціна, журналісти, які висвітлювали проблеми сільського господарства, були зобов'язані періодично виїжджати в село на термін до одного року і там брати участь у сільськогосподарських роботах разом із селянами, у такий спосіб пізнаючи «життя, роботу і досвід селян».

У 1958 р. КНР розпочала виконання «другої п'ятирічки», яка мала стати «великим стрибком» та вивести китайську економіку на провідні позиції у світі. «Женьмінь жибао» розгорнула на своїх сторінках кампанію за дострокове виконання планів партії, за дотримання режиму економії. Виконуючи «історичні рішення партії», редакція газети закликала своїх журналістів за три роки докорінно модернізувати видання, для чого було розроблено відповідний план. Передбачалося, зокрема, «пропаганда генеральної лінії партії» шляхом систематичного вміщення на сторінках газети «статей керівних діячів усіх ступенів», які мали бути написані так, щоб їх читали із захопленням. Газетна полоса, на думку редакції, повинна була виглядати яскраво, привертати увагу багатством різних матеріалів, що мусять гармонічно поєднуватись як «червоні квіти та зелене листячко».

На кінець 1950-х рр. у редакції «Женьмінь жибао» працювало 300 журналістів (ще 400 осіб займалися її тиражуванням). Для її друку на той час уже використовували ротативні машини, які забезпечували випуск 1,250 млн примірників. Обсяг кожного примірника становив спочатку 4 великоформатні сторінки, а з 1956 р. його було збільшено вдвічі (до восьми)<sup>1</sup>. На першій

---

1 Якщо взяти до уваги велику місткість ієрогліфів (вдвічі більшу за кириличний текст), то тодішній 8-сторінковий обсяг газети дорівнював 16 сторінкам сучасного «Дзеркала тижня».



сторінці кожного номера вміщували передову статтю («колонка редактора») та важливі оперативні повідомлення. Друга і третя містили матеріали промислового та сільськогосподарського відділів, четверта і п'ята присвячувались міжнародним подіям. Науку, культуру, освіту висвітлювали на шостій сторінці, пропагандистські матеріали – на сьомій. Нарешті, восьма, остання: тут друкували літературні твори, вірші, оповідання, фейлетони, вміщували художні ілюстрації, а також інші матеріали, переважно побутового характеру. Матеріали кожної сторінки готували відповідні відділи (партійного життя, пропаганди, інформації, листів читачів, промислового, сільського господарства, фінансово-економічного, політико-юридичного, місцевих газет, культури й освіти, літератури і мистецтва, ілюстративного, міжнародного тощо).

Центральний апарат редакції працював у дві зміни, маючи трьох відповідальних секретарів, так само, як і кожен відділ мав трьох завідувачів. Це давало змогу кожному секретареві редакції і завідувачу відділу чотири місяці на рік працювати вдень, стільки ж – уночі, решту часу вони перебували в редакційних відрядженнях у різних куточках КНР, насамперед на промислових чи сільськогосподарських об'єктах. Велике значення в «Женьмінь жибао» у цей час надавалось організації «соціалістичного змагання» між відділами. На щоденних засіданнях редколегії разом із планом наступного номера обговорювався зміст попереднього числа, визначалася краща сторінка і кращий матеріал номера. Щотижнево розподіляли перше, друге і третє місця для відділів-переможців. Після ухвалення рішення редколегія та інші учасники засідання вирушали з барабаном до відзначених відділів і вручали їх керівникам червоні прапорці.

Викликає інтерес проблема новинного наповнення газети: по-перше, це забезпечували досвідчені редакційні працівники, які від головного редактора дізнавались про щоденні настанови ЦК партії; по-друге, новини надходили від «активу» (позаштатних співробітників) газети в центрі та на місцях, по-третє, з листів читачів (до тисячі щоденно) і, нарешті, по-четверте, від кореспондентської мережі газети (300 штатних співробітників, які одночасно були й кореспондентами інформаційної агенції «Сінхуа»). Вони також були підпорядковані місцевим комітетам партії, пра-

цюючи під їх безпосереднім керівництвом. Частину матеріалів редакції постачали місцеві партійні комітети, які інформували здебільшого про перебіг подій на «трудовому фронті».

Відмовившись у 1978 р. від сумної спадщини «культурної революції», преса Китаю впродовж останньої чверті XX ст. пройшла досить складний період розвитку, позначений поступовим збільшенням кількості ЗМІ, а також поліпшенням їх змістового наповнення. Особливо активним був процес відродження раніше закритих видавництв, формувалася мережа періодичних видань, які вже мали своє «обличчя», орієнтуючись на певну читачку аудиторію. У 90-х рр. на тлі стагнації значної частини партійних видань почали бурхливо розвиватися галузеві та професійні газети, засновниками яких були здебільшого міністерства. Вже за десять років від початку змін у Китаї виходило 6 тис. періодичних видань (зокрема 1777 газет, з яких лише 98 мали щоденну періодичність).

На початку XXI ст. в Китаї унаочнилися чітка тенденція до кількісного зростання вечірніх газет – *ваньбао*, а також їх таблоїдизація. Помітно збільшувався також обсяг газет (до 48 і навіть 100 сторінок), що почасти було пов'язане зі збільшенням рекламних площ (20-30% від загального обсягу видання)<sup>1</sup>. Для приваблення читачів деякі газети почали використовувати кольоровий друк, і сьогодні вже близько 300 газет у Китаї є кольоровими. Крім того, поліпшилося й інформаційне насичення та збагатився зміст видань, які вже не боялися висвітлювати такі проблеми, як-от безробіття, інфляцію, жебрацьке становище багатьох сільських мешканців – членів колишніх аграрних комун. Підхопивши гасла лібералізації, що пропонували вищі партійні бонзи Китаю, журналісти стали активно критикувати негативні сторони життя китайського суспільства – корупцію, зловживання державних і партійних чиновників<sup>2</sup>.

Одним із наслідків збільшення кількості газет і журналів стало посилення конкуренції в національному інформаційному просторі, що зумовило їх перетворення на сучасні комерційні підприємства. Задля цього було, зокрема, змінено систему

---

1 У 2000 р. прибуток від реклами найбільшої газети Китаю «Гуанчжоу жибао» перевищив 1 млрд юанів (1 гривня дорівнює 1,55 юанів) – авт.

2 Китайська преса до сьогодні не ставить під сумнів монополію на владу КПК.

управління періодичними виданнями – до функцій головного редактора було віднесено контроль за виконанням власне редакційної роботи та інформаційним наповненням видання, на- томість генеральний директор забезпечував технічну сторону справи (маркетинг, друк, розповсюдження).

Прикметним явищем сучасної китайської преси стало послаблення монополії партійних видань. І в наш час друковані видання КПК залишаються невід'ємним та досить впливовим сегментом всієї системи китайських ЗМІ (близько 1/3 від загальної кількості газет). Під час становлення ринкової економіки деякі партійні видання завдяки ефективному менеджменту, зуміли заснувати неполітичні газети і журнали (отримавши в такий спосіб можливість заробляти кошти на продажі рекламних площ), створити прес-холдинги. Це стало одним із незаперечних підтверджень позитивних змін у китайських ЗМІ.

Заснування газетно-видавничих корпорацій відбувається в Китаї, як правило, за ініціативи впливової та досить великої газети, яка має розгалужену власну інфраструктуру і диспонує достатньою кількістю вільних коштів, потрібних для розгортання багатопланової господарської діяльності. Першою створила прес-холдинг «Гуанчжоу жибао» у 1996 р. Нині йому належить 10 газет, один журнал, прес-центр, служба реалізації газет із мережею магазинів, компанія нерухомості з загальною сумою капіталу в 2,7 млрд. юанів. Виникнення прес-холдингів стало важливим чинником у стимулюванні розвитку китайської преси, значно підвищивши економічний потенціал національних періодичних видань та їхню конкурентоспроможність.

Провідна партійна газета (орган ЦК КПК) «Женьмінь жибао» також успішно витримала іспит часом, про що свідчить хоча б її сучасний наклад: 1,863 млн. примірників за даними на 2000 р. Газета відмовилася від орієнтації на висвітлення переважно політичних подій і нині дедалі більше уваги приділяє інформації економічного характеру. 2003 р. КПК реформувала систему власних ЗМІ: 677 газет було ліквідовано, 325 видань перейшли у власність до недержавних комерційних газетних об'єднань, 310 газет відокремлено від державних структур та відпущено «у вільне плавання», 94 журнали переведено з обов'язкової передплати на вільне розповсюдження.



Ще однією прикметною рисою сучасної китайської преси стало активне проникнення великих газет в Інтернет. Уже у 2002 р. в країні нараховувалося близько 300 газет, що виходили в мережі Інтернет. У найбільших містах Китаю (Пекіні, Шанхаї, Гуанчжоу) більшість газет вже мають свої інтернет-видання, щоправда, вони є лише копією друкованих. Водночас має місце тенденція до урізноманітнення матеріалів та надання додаткової інформації.

У 2003 р. в КНР видавалося 21 тис. газет загальним тиражом 35 млрд. примірників; крім того, виходило понад 8,8 тис. журналів загальним накладом понад 10 млрд. екземплярів. З цієї кількості видань значна частина припадає на спеціалізовані часописи, зокрема, присвячені моді, фінансам, Інтернету; деякі зорієнтовані на певні професійні групи. Дедалі більшої популярності набувають міські газети, які публікують свіжу, оригінальну інформацію. Ця тенденція є визначальною для всіх ЗМІ КНР, які намагаються встигати за суспільно-політичними змінами в країні.

## **РЕЦЕПЦІЯ ЛІТЕРАТУРНО-ФІЛОСОФСЬКОГО НАДБАННЯ КИТАЮ ЄВРОПЕЙСЬКИМ ПРОСВІТНИЦТВОМ: ДО ПИТАННЯ СХОДОЗНАВЧИХ СТУДІЙ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ**

**Я. І. ЩЕРБАКОВ**

Київський університет імені Бориса Грінченка

*У статті розглядається питання сприйняття класичних китайських філософських систем у Європі часів просвітництва, зокрема класичної китайської думки у творах Вольтера, Г. Ф. Лейбніца, мислителів центральної Європи. Особлива увага приділена ключовим світоглядним категоріям, даоському колу (тайцзи), принципу лі та концепції Владики Неба Шанді.*